

ARCHITECTURES

# cree

416

PRINTEMPS 2026

CHRISTIAN DE PORTZAMPARC  
MESTRES WÅGE ARQUITECTES, BAX STUDIO,  
MENDOZA PARTIDA

AGENCE SÄBH

DOSSIER OUTDOOR  
DOROTHÉE DELAYE  
BLINK DESIGN GROUP

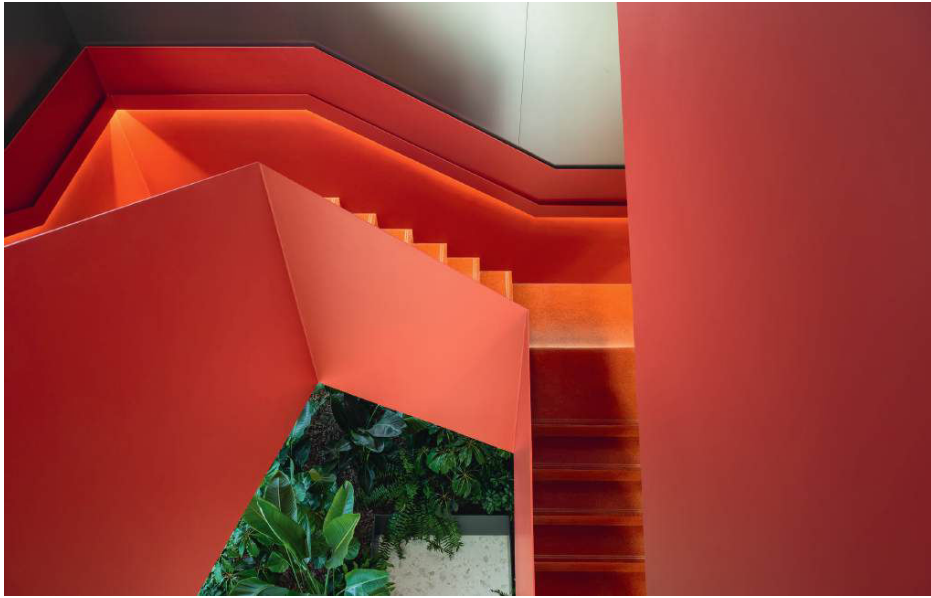
DOSSIER CONTRACT  
BRUTHER + BAUKUNST  
IPPOLITO FLEITZ GROUP - IDENTITY ARCHITECTS  
STUDIO MÉDITERRANÉE



# PUBLICIS GROUPE, SHANGHAI



À Shanghai, le nouveau siège de Publicis Groupe démontre la capacité de l'architecture intérieure à produire du collectif dans un immeuble de grande hauteur. Au-delà d'un aménagement tertiaire, le projet déploie une étonnante stratégie spatiale pour traduire la philosophie « Power of One » du groupe : concilier unité, diversité et intensité d'usages sur près de 22 000 m<sup>2</sup> et huit niveaux.



Visible depuis de multiples points de vue, l'escalier central rythme la traversée des espaces et structure les séquences intérieures

Publicis Shanghai rassemble sur neuf niveaux plus de trente agences aux cultures et aux fonctionnements distincts. Pour éviter leur dilution dans un environnement neutre, les architectes ont mis en place un cadre spatial cohérent, fondé sur une approche chromatique et matérielle déclinée à la verticale. Chaque étage affirme ainsi son identité, tandis qu'une palette commune assure la continuité, la lisibilité et l'orientation sur toute la hauteur du siège, transformant la tour en une séquence d'espaces différenciés, mais solidaires.

**UNE «VILLE VERTICALE» DU TRAVAIL ET DE LA RELATION**

Sculptural, un escalier d'un rouge dense structure le projet par son centre. Dans un immeuble tertiaire où la fragmentation est souvent la règle, ce dispositif propose une autre approche : faire du mouvement un facteur de cohésion et replacer les échanges au centre du projet. Cette attention portée aux usages se prolonge dans le parcours visiteurs pensé comme une succession d'espaces aux matériaux nobles, du hall d'accueil aux salles de travail, sans hiérarchie rigide. Au sommet, le Grand Pantry – à la fois cantine contemporaine, forum interne et moteur social – incarne la dimension collective du projet. Accompagnant aussi bien les usages quotidiens que les événements, il incarne la capacité du lieu à évoluer dans le temps, au service de l'identité et de la culture d'entreprise.

oree 416 | Sculptural, un escalier d'un rouge dense structure le projet par son centre



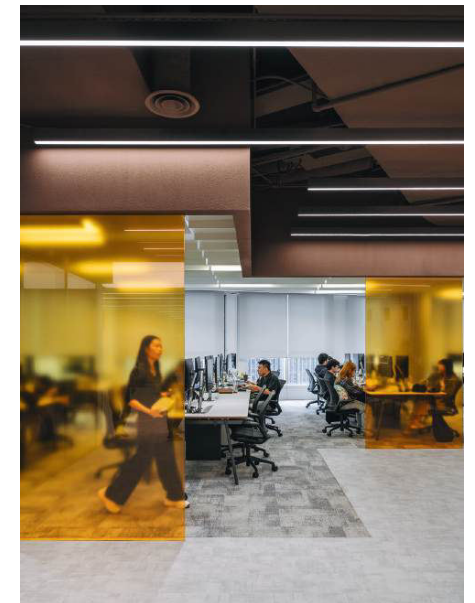
Les plateaux sont organisés autour d'un noyau central en acier inoxydable, conçu comme un repère spatial et fonctionnel



Les espaces intermédiaires sont traités comme des lieux d'échange et de pause au sein des plateaux



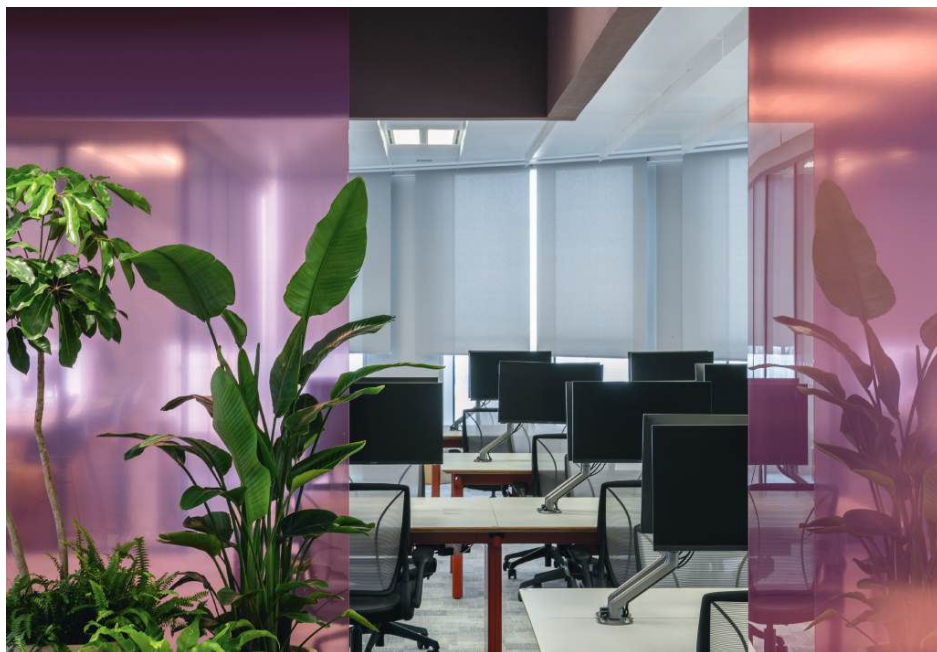
Un jeu de matières et de textures participe à l'identité spécifique de chaque niveau



Les couleurs participent à la hiérarchisation des espaces, entre zones de travail, de rencontre et de circulation



Concevoir un ensemble de bureaux ne consiste plus à organiser des postes de travail, mais à exprimer une culture et des valeurs



Les espaces ouverts traduisent la volonté d'un cadre de travail décloisonné et évolutif

## Entretien avec PETER IPPOLITO, architecte

### Quelle est l'idée fondatrice du projet ?

— Aujourd'hui, concevoir un ensemble de bureaux ne consiste plus à organiser des postes de travail, mais à exprimer une culture et des valeurs. Le défi était ici de réunir 36 agences au sein d'un siège unique, réparties sur neuf étages, sans perdre l'identité de chacune ni diluer celle du groupe. Nous avons ainsi travaillé simultanément à deux échelles, celle de l'organisation globale et celle des entités individuelles. Dans un immeuble de grande hauteur, la séparation naturelle entre les niveaux fragmente une entreprise. Notre objectif a été de créer une identité commune forte, lisible, tout en offrant des lieux à taille humaine qui favorisent l'appropriation et le sentiment d'appartenance. Le contexte urbain a également nourri le projet. Situé au cœur de Shanghai, le bâtiment met en tension la verticalité et le tissu fin des quartiers historiques, faits

de cours et de ruelles. Cette dualité est devenue une métaphore spatiale pour structurer le siège par une succession de lieux plus intimes.

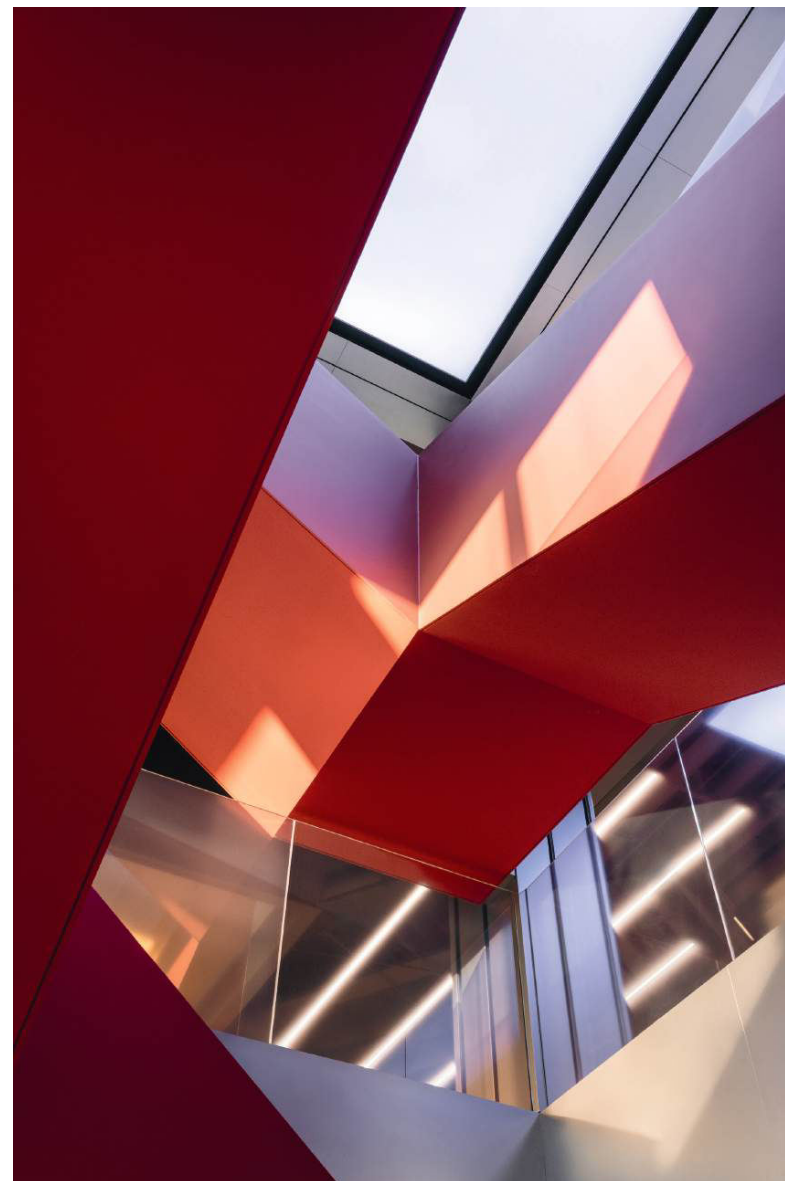
### Comment avez-vous abordé les espaces partagés ?

— Dans une tour, tout s'organise autour du noyau central. Plutôt que de le traiter comme un simple dispositif technique, nous en avons fait un élément identitaire, avec un escalier traversant entouré d'une circulation élargie. Cet « espace actif » accueille des lieux de rencontre et de travail informel, il constitue une zone tampon entre les bureaux et le cœur du bâtiment. Le dispositif renforce l'idée d'un organisme unique, où chaque étage participe d'un ensemble cohérent. Nous avons dû percer tous les étages pour créer cet escalier ! Il constitue un geste architectural à la fois spatial et symbolique. Il est un espace social

autant qu'un lien physique entre les équipes.

### Comment avez-vous choisi les matériaux ?

— L'approche matérielle s'appuie sur la mémoire abstraite de Shanghai, notamment à travers l'usage de la brique, parfois transposée en briques de verre. Une stratégie chromatique différencie chaque étage pour faciliter l'orientation et l'identification. Le numérique et la végétation participent de la lisibilité et de la vitalité des espaces. Des interventions ciblées sur les plafonds et les salles de réunion permettent de dépasser la neutralité des plateaux standards et d'introduire un rythme proche de celui d'un petit village. Le *workplace* est un organisme vivant. Concevoir aujourd'hui un siège d'entreprise, c'est créer une plateforme adaptable, capable d'évoluer avec les usages. Plus qu'un cadre formel, l'architecture devient support d'opportunités. ■



L'ensemble est conçu comme une « ville verticale », articulant la diversité des usages